

Министерство образования и науки РФ

ФГАОУ ВПО «Уральский федеральный университет
имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»

УДК

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по науке
_____ Кружаев В.В.
«___» _____ 2013

ОТЧЕТ
О НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ РАБОТЕ

В рамках выполнения п.2.1.1.1 Плана реализации мероприятий Программы развития
УрФУ на 2013 год

ПО ТЕМЕ:
Эволюция визуальных медиа: от Пиранези к Second Life

(Заключительный)

Договор возмездного оказания услуг (выполнения работ, на создание произведения)
№2.1.1.1/54

Зав.кафедрой

(подпись, дата)

_____С.В.Голынец

Научный руководитель

(подпись, дата)

_____Т.А.Галеева

Исполнитель

(подпись, дата)

_____Е.В.Южакова

Екатеринбург 2013

Реферат

1. ФИО автора (ов):

Южакова Елизавета Викторовна

Yuzhakova Elizaveta

2. Аннотация:

В исследовании прослеживается эволюция художественных медиа от живописи и графики 18 века через панораму и диораму в 19 веке, кино и видеоарт в 20 веке к виртуальным симуляциям 21 века. Каждый из медиа анализируется с точек зрения: способа зрительного восприятия изображения, принадлежности того или иного медиума массовой культуре, соотношения виртуального пространства изображения и реальности того или иного периода. Цель исследования – определить задачи современного медиаискусства по сравнению с искусством предыдущих периодов и ответить на вопрос, являются ли его средства продолжением эволюции медиа, используемых в искусстве или оно представляет собой новый вид, предлагающий новые подходы к задачам художественного творчества.

The research shows the evolution of artistic media from painting and graphics of the 18th century, through panorama and diorama of the 19th, cinema and video art of the 20th, to virtual simulations of the 21st century. Each media is analyzed from the following viewpoints: mode of visual reception of the image, inherence of this or that medium in popular culture, relation between virtual space of the image and actual reality of this or that period. The research aims on defining the objectives of contemporary media art comparing to art of previous periods, and answering the question if its media are just new ones in evolutionary row or if it is able to approach artistic work from completely new standpoints.

3. Ключевые слова:

Новые медиа, видеоарт, виртуальная реальность, популярная культура, визуальные исследования, восприятие искусства, современное искусство, зрение

New media, video art, virtual reality, popular culture, visual studies, art reception, contemporary art, gaze

4. Тема отчета:

Эволюция визуальных медиа: от Пиранези к Second Life

Evolution of Visual Media: from Piranesi to Second Life

Процесс формирования языка коммуникации в современной визуальной, в том числе, художественной, культуре во многом обусловлен технологиями создания, воспроизведения и распространения изображений. Изобразительное искусство давно вышло за пределы двухмерного листа и взяло на вооружение технологии, являющиеся, с одной стороны, продуктом точных наук, с другой стороны, медиатором массовой культуры. Речь идет, прежде всего, о медиаискусстве, и представляется актуальным вопрос, является ли оно логическим продолжением эволюционной цепочки развития средств изобразительного искусства, а также, каковы новые задачи, которые последнее способно поставить перед собой благодаря использованию так называемых «новых медиа».

Существует мнение, поддержанное, например, теоретиком визуальных исследований Ричардом Хауэлсом¹, что новые медиа работают с теми же смыслами, что и традиционное изобразительное искусство, представляя собой лишь технологически новую визуальную оболочку. Однако здесь напрашивается предположение, что использование новых медиа может быть шире – не только в качестве практического, но и в качестве семантического инструмента: эволюция технологий сама по себе является важной темой для художественного осмысления. Вместе с тем, эволюция технологий имеет непосредственное влияние на массовую культуру, и искусство чаще всего подхватывает новые технологии из арсенала масс-культуры не столько как некое новое художественное средство само по себе, сколько как маркер изменений в культуре и обществе в целом. Поэтому в рамках данной статьи будет представлен обзор визуальных медиа, используемых в изобразительном искусстве с 18 века до наших дней, данный с нескольких точек зрения: 1) способ зрительного восприятия изображения, 2) принадлежность того или иного медиума массовой культуре, 3) соотношение виртуального пространства изображения и реальности того или иного периода. Анализ корреляции этих трех показателей для того или иного периода позволит ответить на заявленный вопрос о задачах медиаискусства наших дней по сравнению с медиа, используемыми искусством предыдущих периодов.

Нижней границей исследования не случайно стал 18 век: с одной стороны, в это время основным медиумом изобразительного искусства, как и много веков до этого, были плоская поверхность основы и краски. С другой стороны, эпоха Просвещения положила начало стремительному скачку науки, ответственному за появление все новых и новых технологий. И наконец, эпоха Просвещения заложила основы изменений в социальной

¹ Howells R. Visual Culture. Polity Press, 2003. P. 248-249.

жизни на Западе и привела к появлению буржуазной демократии, продуктом которой и стала массовая культура.

Пространство, в котором находился зритель 18 века можно условно разделить на три составляющих. Во-первых, это пространство галереи или музея, в котором происходило знакомство зрителя с произведением, то есть пространство публичной институции, нахождение в котором обозначало социальную принадлежность зрителя определенному слою общества. Ошибочно можно было бы назвать досуг созерцания живописи в 18 веке уделом элит, имея в виду, что крестьянство и рабочий класс доступа в галереи, музеи и театры не имели. Однако здесь стоит говорить не столько об элите, подразумевая аристократию, сколько о публике, - подключая буржуазию. Действительно, публика эпохи Просвещения – это малая часть населения, обладающая если не достатком, то образованием, необходимым для понимания сюжетов в живописи, и к 20 веку понятие «публика» значительно изменилось, включив в себя более широкие социальные слои.

Вторая составляющая пространства зрителя – это пространство физического восприятия. В 1704 году вышла в свет монография «Оптика или трактат об отражениях, преломлениях, изгибаниях и цветах света» Исаака Ньютона, где он описывает процесс формирования изображения человеческим глазом: «[...] когда человек смотрит на какой-нибудь объект, то свет, исходящий из различных точек объекта, так преломляется прозрачными пленками и жидкостями глаза [...], что сходится и снова встречается в стольких же точках на дне глаза, вырисовывая здесь изображение на той оболочке [...], которой покрыто дно глаза. [...]. Эти изображения, распространяясь при помощи движения вдоль волокон оптических нервов в мозг являются причиной зрения»². Здесь важна конечная точка этого физического процесса – мозг. Вкупе с упомянутой необходимостью в образованности для понимания сюжета картин (то есть необходимости совершить мыслительное усилие для узнавания того или иного мифологического или исторического сюжета) зрительное восприятие публики 18 века можно охарактеризовать как активный процесс сознания.

Третья составляющая – это художественное пространство картины. Несмотря на внимание к историческим деталям, античность (самый популярный сюжет), изображаемая художниками 18 века - это воображаемое пространство. Сюжеты могли повествовать о реальных исторических событиях (подчас в версиях, сконструированных таким образом, чтобы обозначить историческое настоящее), но визуальное пространство всегда оставалось вымыслом художника. Наиболее ярким примером может служить творчество

² Ньютон И. Оптика или трактат об отражениях, преломлениях, изгибаниях и цветах света. М.: Техтеоргиз, 1954. С.19.

Джованни Баттиста Пиранези, в графических листах которого сюжета нет вообще, это, прежде всего, художник архитектурных зарисовок. Всю жизнь он работал над римскими ведутами – изображениями современного ему Рима, в которых античные развалины были непосредственной частью пейзажа, а пропорции зданий измененными – для создания впечатления мощи и величия. Пиранези знаменит серией «*Carceri*» - это фантастические изображения тюрем, пугающих странной логикой архитектурных композиций. Художественное пространство этих графических листов создано исключительно фантазией художника и представляет собой своего рода виртуальную реальность, созданную художественными средствами 18 века. По мнению Акилле Бонито Олива, «представление о виртуальности заложено в самой иконографии западного искусства»³.

По отношению к античности, изображаемой художниками 18 века, теоретик дисциплины «визуальная культура» Николас Мирзоефф применил название «виртуальная античность» (по аналогии с виртуальной реальностью, доступной публике наших дней) и привел следующий пример. Когда Томас Джефферсон, один из отцов-основателей США и философ эпохи Просвещения, увидел картину «Марий в Минтурне» французского художника Жана-Жермена Друэ (1786), он написал: «Она пригвоздила меня на четверть или полчаса. Я не знаю, насколько, так как я потерял ощущение времени, даже осознание моего существования». Подобный опыт Мирзоев называет «трансформацией пространства из трехмерной реальности к многомерному внутреннему миру себя» (т.е. смотрящего)⁴. Таким образом, взаимодействие зрителя с изобразительным искусством 18 века можно охарактеризовать как сознательное проникновение активного зрения в реальное пространство живописного холста для получения опыта пребывания в своеобразной виртуальной реальности (реальности сюжета картины). Этот опыт был доступен публике, состоящей из аристократии и буржуазии, обладающих образованием.

В конце 18 века большие исторические живописные полотна вдохновили художников на создание панорам – реконструкций исторических сюжетов или видов городов в натуральную величину. В 1792 году ирландский художник Роберт Баркер представил публике живописные панорамы Лондона и Эдинбурга, назвав их панорамами. А в 1822 году изобретатель фотографии Луи Жак Дагер и ученик знаменитого живописца Жака-Луи Давида Шарль-Мари Бутон создали первую диораму: кроме самого полотна важную роль играл свет, установленный перед и за ним для передачи разных состояний изображенного пейзажа/сцены (день/ночь, перед/после и т.п.). И панорама, и диорама предлагали зрителю готовую иллюзию реальности, уже не нужно было предпринимать

³ Олива А.Б. Искусство на исходе второго тысячелетия. Москва: Художественный журнал, 2003. С.195.

⁴ Mirzoeff N. An Introduction to Visual Culture. Routledge, 2000. P.92.

сознательных усилий для того, чтобы попасть в художественное воображаемое пространство сюжета картины. Взгляд зрителя уже не был активным, однако стал динамичным, кинетическим⁵, поскольку было невозможно охватить все изображение с первого раза – необходимо было «гулять» по нему взглядом. Для экспозиции панорам и диорам были созданы специальные помещения: Баркер выставлял свои панорамы в здании на площади Лейчестер, а Дагер – в здании, построенном в Риджентс парке. Благодаря специальной архитектурной планировке зрительский опыт в обоих случаях напоминал посещение театра. Зрительская аудитория панорам и диорам была гораздо шире любителей живописи 18 века: во-первых, в силу объективных причин – свершившихся революционных изменений в Англии и Франции, а также увеличения количества городского населения; во-вторых, из-за смещения жанра от «высокого искусства» живописи к более развлекательному, интригующему своими спецэффектами. Николас Мирзоефф утверждает, что панорамы и диорамы представляли собой некий вид «виртуального туризма»: массовая публика, которая не могла себе позволить настоящее путешествие в другие страны, имела возможность увидеть панорамы других городов, симулирующие реальные виды⁶. Но скорее всего публика 19 века не воспринимала свое посещение павильонов с панорамами и диорамами как некое воображаемое путешествие, поскольку, согласно Бернарду Комменту, на территории Швейцарии преобладали виды Альп, а в Америке – виды Нью-Йорка⁷. Тем не менее, суть гипотезы Мирзоеффа в том, что панорамы и диорамы рассчитаны на более массового и менее образованного зрителя по сравнению с любителем живописи 18 века, более того, как уже было сказано выше, зрительский взгляд в данном случае становится пассивным (не нужно проникать в смысл картины) и кинетическим (блуждающим).

Одним из усложненных видов панорам была движущаяся панорама: холст натягивался на два вертикальных ролика, установленных на сцене. При этом отпадала надобность в круглом пространстве ротонды для просмотра панорамы, а взгляд зрителя мог быть сосредоточен в одном направлении, поскольку вместо него двигалось изображение. Здесь оставался лишь шаг до *motion picture* – кинокартины, с появлением которой заканчивается 19 век. Кино оказалось самым эффективным медиумом для передачи ежедневных интенсивных изменений городской культуры индустриальной эпохи – через быструю смену картинки на экране. Теперь зритель уже не выбирал, что ему увидеть, его взгляд был ведом камерой, «киноглазом» (по названию фильма Дзиги

⁵ Bukatman S. The Artificial Infinite // Visual Display: Culture Beyond Appearances / eds. L. Cooke, P. Wollen. Seattle: Bay Press, 1995. P.276.

⁶ Mirzoeff N. Op.cit. P.93.

⁷ Comment B. The Painted Panorama. New York: Harry N. Abrams, Inc, 1999. P.53-56.

Вертова 1924 года), причем этот «глаз» мог не только проникнуть в зону «оптического бессознательного» (по Вальтеру Беньямину) – ту часть повседневной реальности, которую в обычной жизни человек не замечает, но и переформатировать ее, сконструировать из нее новую художественную реальность кинокартины. Вертов пишет: «Я — киноглаз. Я создаю человека более совершенного, чем созданный Адам, я создаю тысячи разных людей по разным предварительным чертежам и схемам. Я — киноглаз. Я у одного беру руки самые сильные и самые ловкие, у другого беру ноги самые стройные и самые быстрые, у третьего голову самую красивую и самую выразительную и монтажом создаю нового совершенного человека»⁸. Эта формула – практически в одном шаге до программируемого искусства, не случайно теоретик медиаискусства Лев Манович в своей книге «Язык новых медиа»⁹ использует фильм Вертова «Человек с киноаппаратом» в качестве «гида по языку новых медиа» и примера слияния «базы данных» (набора изображений и эффектов) и нарратива.

Попытка эпохи модернизма заменить человеческий глаз механическим (подобным вертовскому «киноглазу») имела множество вариаций на протяжении 20 века. И если у Вертова это был конструктивистский проект, направленный на генерирование новой улучшенной реальности, то в случае, например, с американскими видео-художниками Вуди и Штейной Васюлка это была попытка проникнуть в пространство, недоступное человеческому глазу. По словам куратора и теоретика медиаискусства Ольги Шишко, «устройство, свободное от индивидуальных особенностей и ограничений человеческого глаза, полагают видеохудожники, способно увидеть другую, расширенную реальность – и начинают конструировать механические киноаппараты, способные к самопрограммированию и самоуправлению», более того, «их не волновало, как видит мир человеческий глаз, зато они страстно хотели узнать, что видит сама кинокамера – устройство, которое способно заменить и автора, и зрителя»¹⁰. Помимо съемки пространств, недоступных человеческому глазу – вида неба с крыши автомобиля, вида дороги с бампера движущегося автомобиля («Городские эпизоды», 1980), Васюлка также визуализировали электронный сигнал («Шумовые поля», 1974). Все это – примеры документации настоящей, не сконструированной и не выдуманной реальности, к которой зритель может получить доступ только с помощи «машинного зрения».

Смысловое направление, которое выбрали для себя Вуди и Штейна Васюлка, - лишь одно из нескольких в видеоарте. Будучи в какой-то мере художественной

⁸ Вертов Д. Статьи, дневники, замыслы / ред. и сост. С.Дробашенко. М.: Искусство, 1966. С.55.

⁹ Manovich L. The Language of New Media. Cambridge: MIT Press, 2001.

¹⁰ Шишко О. Всевидение // 2-ая Уральская Индустриальная биеннале современного искусства. Дайджест Интеллектуальной Платформы. Екатеринбург: Издательско-полиграфический центр УрФУ, 2012. С.52.

оппозицией массовому медиа – телевидению (а также и эстетике традиционных художественных медиа), видеоарт связан с задачами расширения пространства экрана и внедрения в него зрителя. Если принцип телевизионной картинки во многом был схож с театральной сценой (камера и экран встали на место «четвертой стены»), а внутреннее содержание – зеркальным отражением действительности, то видеохудожники с разных сторон пытались достичь противоположных эффектов. Так, Нам Джун Пайк в 1960-е годы дебютировал на выставке «Экспозиция музыкально-электронного телевидения», в рамках которой он расставил множество телевизоров, картинка на которых была искажена с помощью магнитов. Таким образом, вместо повседневной ТВ-картинки на экране появлялось практически произведение абстрактного искусства, однако художник не был полностью ответственен за конечную форму, поскольку результат воздействия магнита в каждом отдельном случае было невозможно предугадать. А в работе «Дзен для фильма» 1962-64 гг. художник смещает ту самую «четвертую стену»: проецируя прозрачную пленку на белый экран он втягивает зрителя, случайно оказавшегося в поле проекции луча, в спонтанный театр теней на экране. Другие художники также начинают работать с пространством, объединяющим изображение и зрителя. Так, художница Вали Экспорт уточняет: «мы можем проецировать все на разные экраны, кино представляется подобием скульптуры, у которой, по моему мнению, есть различные уровни для разглядывания». Таким образом, «монтаж происходит не внутри пленки, а вокруг нас, снаружи, на разных уровнях и плоскостях, в соединении разных медиа и создании разных форм»¹¹, что заставляет смешаться пространство художественного изображения и реальное пространство, в котором находится зритель. По словам Ольги Шишко, «делая видимой механику своих работ и обнажая искусственность иллюзии, художники указывают на взаимосвязи между реальностью, восприятием и изображением»¹².

Широкое распространение персональных компьютеров и Интернета начиная с конца 1990-х гг. привело к тому, что любой пользователь оказался способным самостоятельно решать, какую картинку он хочет видеть в данный момент. В наше время можно совершить «виртуальное путешествие», используя гугл-карты с опцией панорамного вида улицы или веб-камеры, установленные в крупнейших городах мира. Также у пользователей появилась возможность создавать собственные интернет-сообщества, среди которых и симуляционные социальные сети (Farmville, Second Life). Несмотря на реальную возможность расширить и модифицировать принципы организации реальности, сетевые сообщества и симуляционные игры лишь повторяют реальность и

¹¹ Шишко О. Цит.соч. С.51.

¹² там же. С.49.

существуют в рамках ее законов. Так, Николас Мирзоефф приводит пример NetNoir – сообщества, организованного для афро-американцев; его создание – очевидный пример использования расового признака в условиях интернет-культуры, которая, тем временем, вполне позволяет скрыть или изменить данные о расовой, гендерной и пр. принадлежности пользователя при его регистрации в той или иной социальной сети.

Художники берут на вооружение медиа, предоставляемые массовой культурой, и, создавая в них свои проекты, пытаются ответить на вопрос о соотношении виртуальной и действительной реальностей и места в них зрителя. Стефани Ротенберг и Джефф Круз в 2008 году на базе платформы Second Life организовали проект «Невидимые нити»¹³, который смешивает реальность и имитацию, предлагая зрителям через киоск продажи в выставочном пространстве в реальном времени заказать пару джинсов, которые затем виртуально производятся на фабрике Second Life; виртуальные джинсы попадают в реальный мир через широкоформатный принтер, и их остается только сшить из отдельных деталей. Проект исследует пересечения между реальной и виртуальной экономикой, причем последняя уже давно вышла за пределы всемирной паутины: так, геймеры платят реальные деньги тем, кто вместо них повторяет повседневные действия в игре с целью набрать как можно больше очков, для того, чтобы выйти на новый уровень. Историк искусства и технологий Кристиане Пауль приводит пример Анше Чанг – аватара, созданного для самой себя предпринимательницей Эйлин Греф, который попал на первые полосы газет в 2006 году благодаря созданию на платформе *Second Life* онлайн бизнеса в сфере строительства, брокерской деятельности и арбитража виртуальных земельных наделов, ценностей и валют, и превратил саму Греф в обладательницу вполне реального миллионного состояния¹⁴. Другой проект, созданный в Second Life, - «Пропасть в Гуантанамо»¹⁵ Нонни де ла Пенья и Пегги Вейл – также исследует границы между реальным и виртуальным миром, но несколько иным способом. Во-первых, разбивая смоделированную среду путем включения разных медийных форматов, например, документальных материалов, таких как видео и расшифровки с допросов ФБР. Во-вторых, пользователи, посетившие проект, на время теряют контроль над своими сетевыми воплощениями, которые подвергаются тюремному заключению в симулированной тюрьме Гуантанамо. По словам Кристиане Пауль, это нивелирует

¹³ Invisible Threads. [Электронный ресурс] // Jeff Crouse. URL: http://www.jeffcrouse.info/project/invisible_threads.html

¹⁴ Пауль К. Измеряя возмущения: как медиа смотрят на мир // 2-ая Уральская Индустриальная биеннале современного искусства. Дайджест Интеллектуальной Платформы. С. 58.

¹⁵ Gone Gitmo. [Электронный ресурс] URL: <http://gonegitmo.blogspot.ru/>

основное свойство виртуального опыта: интерактивность и контроль над происходящим вокруг¹⁶.

Примеры медиаискусства, подобного проектам «Невидимые нити» и «Пропасть в Гуантанамо», не просто актуализируют жанры массовой культуры нашего времени: используя медиа, привычные для зрителя в повседневности, художники пытаются их же осмыслить. На протяжении 20 века художники искали объективный механический глаз, конструирующий новую реальность или расширяющий имеющуюся, а в 21 веке пытаются показать несовершенства этой новой симулированной реальности. На проверку виртуальная реальность разочаровывает, поскольку является предсказуемой и повторяет законы реального мира, но зрителя теперь гораздо проще найти именно там, поскольку медиaprостранство стало значительной частью нашей повседневности (поэтому не удивляет большое количество социально направленных проектов, созданных именно в новых медиа). Художники в наше время по-прежнему используют и традиционные медиа – холст и краски, которые были доступны им в 18 веке, и одновременно искусство вступило в сферу информационных технологий, инструменты которой позволяют создавать произведения в формах, более близких формам массовой культуры сегодняшнего дня, а потому более интересных зрителю.

¹⁶ Пауль К. Цит.соч. С.57.

Список использованных источников.

1. *Вертов Д.* Статьи, дневники, замыслы / ред. и сост. С.Дробашенко. М.: Искусство, 1966.
2. *Ньютон И.* Оптика или трактат об отражениях, преломлениях, изгибаниях и цветах света. М.: Техтеоргиз, 1954.
3. *Олива А.Б.* Искусство на исходе второго тысячелетия. Москва: Художественный журнал, 2003.
4. *Пауль К.* Измеряя возмущения: как медиа смотрят на мир // 2-ая Уральская Индустриальная биеннале современного искусства. Дайджест Интеллектуальной Платформы / под ред. А.Прудниковой, Н.Хисматулиной, А.Щербенка, Е.Южаковой. Екатеринбург: Издательско-полиграфический центр УрФУ, 2012. С. 54-60.
5. *Шишко О.* Всевидение // 2-ая Уральская Индустриальная биеннале современного искусства. Дайджест Интеллектуальной Платформы. Екатеринбург: Издательско-полиграфический центр УрФУ, 2012. С. 48-53.
6. *Bukatman S.* The Artificial Infinite // Visual Display: Culture Beyond Appearances / eds. L. Cooke, P. Wollen. Seattle: Bay Press, 1995.
7. *Comment B.* The Painted Panorama. New York: Harry N. Abrams, Inc, 1999.
8. *Gone Gitmo.* [Электронный ресурс] URL: <http://gonegitmo.blogspot.ru/>
9. *Howells R.* Visual Culture. Polity Press, 2003.
10. *Invisible Threads.* [Электронный ресурс] // Jeff Crouse. URL: http://www.jeffcrouse.info/project/invisible_threads.html
11. *Manovich L.* The Language of New Media. Cambridge: MIT Press, 2001.
12. *Mirzoeff N.* An Introduction to Visual Culture. Routledge, 2000.